

**INTENSITAS PENGGUNAAN MATERI DAKWAH
MELALUI *WHATSAPP*
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto)**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto
Untuk memenuhi salah satu syarat Memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

IAIN PURWOKERTO

Disusun Oleh:

**RIZKI FIRDIANA
NIM: 1522102079**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2019**

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Komunikasi sangat diperlukan dalam semua aspek kegiatan manusia.¹ Manusia tidak bisa hidup tanpa adanya komunikasi. Dengan komunikasi manusia dapat mengekspresikan gagasan, perasaan, dan kesan kepada orang lain. Dalam hal ini menurut Walter Lippman dunia ini menentukan bagaimana kita melihat dan menafsirkan objek-objek, orang-orang, serta kejadian-kejadian dalam dunia yang ada di hadapan kita, dalam cara tertentu, kita berada dalam kekuasaan latar belakang, kapan saja kita berkomunikasi, sebab latar belakang itu memengaruhi cara kita menafsirkan suatu pesan.²

Untuk jangka masa depan yang cukup panjang, adalah masih tetap bahasa juga yang membuat manusia bisa saling berhubungan, dan tidak sebatas melakukan kontak. Lebih jauh dari itu, manusia melakukan komunikasi yang multi-kompleks yang terjalin melalui dan memang dimungkinkan oleh penggunaan bahasa dan lambang yang merupakan bagian penting dari kemampuan unik manusia.³

Komunikasi membutuhkan media sebagai alat untuk menyampaikan pesan. Dalam perkembangannya ada banyak media yang dapat menyampaikan pesan dari zaman yang belum canggih hingga zaman yang serba mudah pada

¹Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 11.

²Alex Sobur, *Ensiklopedia Komunikasi: J-O*, (Bandung: Rosdakarya, 2014), hlm. 393.

³Budiono Kusumohamidjojo, *Filsafat Kebudayaan Proses Realisasi Manusia*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), hlm. 110-111.

era saat ini. Mulai dari saling berkirim surat hingga sampai saat ini dapat saling berkirim gambar antara komunikator dan komunikan. Ketika komunikator dan komunikan berkomunikasi baik menggunakan bahasa verbal maupun non verbal, maka yang disampaikan adalah pesan.

Perkembangan teknologi saat ini sangat mempermudah manusia dalam berkomunikasi dan mendapatkan berbagai informasi. Kemudahan ini ditunjukkan dengan banyaknya jenis dari media massa yang digunakan untuk mengakses informasi tersebut, yaitu terdapat media cetak, media elektronik, maupun media baru seperti media sosial yang saat ini sedang berkembang pesat dan diminati masyarakat. Perkembangan teknologi ini telah menciptakan berbagai perubahan dan kemajuan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, salah satunya adalah teknologi komunikasi yang saat ini mempunyai peran penting dalam kehidupan manusia.⁴

Handphone (hp) merupakan salah satu media komunikasi yang menjadi sorotan karena memiliki kecanggihan dalam berbagai hal serta fungsinya yang efektif dan efisien yang dapat digunakan kapan saja dan dimana saja. Hampir semua orang saat ini sangat familiar dengan *handphone*, dari mulai kalangan muda hingga tua. Saat ini *handphone* mengalami perkembangan pada sistemnya. *Handphone* Android dilengkapi dengan fitur yang lebih canggih dibandingkan dengan *handphone* biasa yang hanya bisa untuk bertelepon dan kirim pesan teks.

⁴ Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi*, (Jakarta: Djambata, 1990), hlm. 192.

Anak kecil hingga dewasa, termasuk mahasiswa sudah menggunakan *handphone* android sebagai media komunikasi dan informasi. Dengan menggunakan *handphone* android para mahasiswa dapat aktif di media sosial dengan mudah karena memiliki banyak fitur yang memfasilitasi penggunaanya untuk terhubung dengan internet dengan lebih mudah.

Pada era sekarang *handphone* android sudah dilengkapi sistem operasi yaitu, *switching* dan *multitasking* yang lebih baik. Pengguna *handphone* android dapat dengan mudah berpindah aplikasi hanya dengan menyentuh sebuah icon pada system bar.⁵ dalam sistem android banyak aplikasi yang dapat di download secara gratis dalam *playstore*. Ada berbagai aplikasi media sosial yang dapat digunakan seperti *facebook*, *twitter*, *line*, *instagram*, *whatsapp* dan lain-lain yang biasa digunakan oleh masyarakat.

Dampak positif media sosial sebagai media komunikasi sangat terasa. Dengan media sosial kita mudah mengakses apa yang ingin kita ketahui dan berkomunikasi melalui aplikasi yang sudah tersedia dalam *handphone* android. Komunikasi jarak jauh dapat lebih mudah dilakukan tidak hanya dengan teks namun juga saling berkirim gambar bahkan video. Kemudahan menggunakan media sosial tidak hanya untuk berkomunikasi dengan satu dua orang, namun dapat untuk mempengaruhi khalayak. Salah satunya adalah dengan berdakwah melalui media sosial yang kita punya.

⁵ Sulihati dan Andriyani, *Aplikasi Akademik Online Berbasis Mobile*, Jurnal Sains dan Teknologi, vol. 11, no. 1, 2017, hal. 1-10. Diambil dari : http://www.daringtridarmauniversitastamajagakarsa.ac.id/wpcontent/uploads/2016/12/2_andriani_vol_XI.pdf. Diakses tanggal 4 Januari 2018, jam 16.05.

Penelitian ini mengkaji tentang unsur materi dakwah. Materi dakwah merupakan pesan-pesan dakwah Islam atau segala sesuatu yang harus disampaikan subjek dakwah kepada objek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada di al-Quran maupun sunnah rasul. Kegiatan yang bersifat menyeru, mengajak dan memanggil orang untuk beriman dan taat kepada Allah sesuai dengan garis aqidah syari'at dan akhlak Islam. Dalam prakteknya, kegiatan dakwah dapat dilakukan melalui berbagai metode dan didukung dengan beberapa media yang ada.

Seperti halnya komunikasi, aktivitas dakwah Islam juga membutuhkan media. Penyampaian pesan dakwah Islam dewasa ini idealnya memanfaatkan media yang dapat menyentuh masyarakat secara tepat dan menyeluruh. Salah satu media komunikasi massa yang dapat digunakan dalam komunikasi Dakwah Islam adalah *Whatsapp*.⁶ *Whatsapp* mempunyai khalayak yang beragam dan hampir disetiap waktu menerpa warga net khususnya mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto, untuk itu dakwah melalui *smartphone* dewasa ini cukup dapat diperhitungkan.

Menyadari begitu banyak kegunaan dari *whatsapp*, mahasiswa harus kreatif dalam menyampaikan materi dakwahnya. Paling tidak, mempunyai ciri khas tersendiri dalam penyampain materi dakwah ataupun isi dakwah. Kreatif membuat konten materi dakwah dengan bahasa yang mudah dipahami misalnya, akan mudah dicerna oleh warga net yang melihat.

⁶Japarudin, *Media Massa dan Dakwah*, Vol. XIII, No. 1. (Bengkulu: STAIN Bengkulu, 2012), hlm. 1, diambil dari: <https://media.neliti.com/media/publications/77984-ID-media-massa-dan-dakwah.pdf> , diakses tanggal 9 januari 2018, jam 21.28.

Peneliti tertarik meneliti mengenai Intensitas Penggunaan Materi Dakwah Melalui Whatsapp (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto) karena di era modern saat ini hampir setiap mahasiswa mempunyai whatsapp dalam *handphone* android yang dimiliki untuk berkomunikasi dan berselancar di dunia maya. Sehingga perlu diketahui apa yang bisa diakses dan dibagikan khususnya pada penggunaan *whatsapp* oleh mahasiswa Fakultas Dakwah dalam jangka waktu satu bulan.

Dalam penelitian ini, penulis memilih mahasiswa Fakultas Dakwah karena mereka adalah calon *Public Speaker*, mereka dibekali *skill* berdakwah beserta materi dakwah. Sehingga mereka lebih cocok dijadikan subjek penelitian.

Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai, Intensitas Penggunaan Aplikasi *Whatsapp* Sebagai Media Dakwah Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto.

B. DEFINISI OPERASIONAL

Definisi operasional ini dimaksudkan untuk meminimalisir terjadinya kesalahpahaman dalam pembahasan masalah penelitian dan untuk memfokuskan kajian pembahasan sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, maka definisi operasional penelitian ini adalah:

1. Intensitas

Intensitas berarti kemampuan/ kekuatan/gigih tidaknya kehebatan.

Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Intensitas merupakan

keadaan tingkatan atau atau ukuran intensitasnya. Yakni banyaknya, seringnya, atau tingkat kesungguhan dalam melakukan suatu usaha.⁷ Sedangkan dalam kamus besar ilmu pengetahuan intensitas adalah jumlah energi fisik yang diperlukan guna merangsang salah satu indera; ukuran fisik dari energi atau data indera; derajat kekuatan tertinggi atau terbesar. Kemudian dalam kamus praktis bahasa Indonesia, intensitas adalah keadaan atau tingkatan.⁸

Intensitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tingkatan seberapa sering mahasiswa fakultas dakwah menggunakan *whatsapp* sebagai media dakwah.

2. Materi dakwah

Materi dakwah (*maddah ad da'wah*) adalah pesan-pesan dakwah Islam atau segala sesuatu yang harus disampaikan subjek kepada objek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada dalam Kitabullah maupun Sunnah Rasul-Nya. Pesan-pesan dakwah yang disampaikan kepada objek dakwah adalah pesan-pesan yang berisi ajaran Islam. Meliputi bidang akidah, syariah, muamalah dan akhlak. Semua materi dakwah ini bersumber pada Alqur'an, As-Sunnah Rasulullah Saw, hasil ijtihad ulama, sejarah peradaban Islam.⁹

⁷Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 556

⁸Henania dan Farlin, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia* (Jakarta: Grasindo), hlm. 170.

⁹Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta, PT. Rajagrafindo Persada, 2011), hlm. 13

3. Aplikasi Whatsapp

Whatsapp merupakan salah satu aplikasi pada *smartphone* yang digunakan sebagai media komunikasi. Aplikasi *whatsapp* dapat diunduh secara gratis dalam playstore. Dengan menggunakan *whatsapp* yang sudah terhubung dengan koneksi internet, dapat dengan mudah orang-orang berkomunikasi 24 nonstop yang memungkinkan untuk saling berkirim pesan teks, gambar hingga video.¹⁰

Aplikasi *Whatsapp* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah aplikasi pesan untuk *smartphone* dengan basic mirip *BlackBerry Messenger*. *Whatsapp* itu sendiri merupakan aplikasi pesan lintas platform yang memungkinkan seseorang bertukar informasi tanpa biaya SMS, karena *whatsapp* menggunakan paket data internet yang sama untuk email, browsing web, dan lain-lain.

Intensitas penggunaan materi dakwah melalui *whatsapp* dilihat dalam jangka waktu satu bulan.

IAIN PURWOKERTO

C. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut : **Seberapa Besar Intensitas Penggunaan Materi Dakwah Melalui *Whatsapp* Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto?**

¹⁰ Edi Surayadi, M. Hidayat, M. Priyatna, Penggunaan Sosial Media Whatsapp Dan Pengaruhnya Terhadap Disiplin Belajar Peserta Didik Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam, *Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika* Vol. 07 No.1 (Bogor, 2018), hlm. 7. Diambil dari: <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/komunika/article/download/1227/692>. diakses tanggal 26 juni 2019, pukul 13.37

D. TUJUAN Dan MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

Mengetahui Intensitas Penggunaan Materi Dakwah Melalui Whatsap (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto).

2. Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat diantaranya adalah:

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan dari dilakukannya penelitian ini adalah memberikan gambaran penting dalam pengembangan keilmuan bidang komunikasi penyiaran Islam.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran dan kontribusi bagi praktisi komunikasi pada umumnya dan para pembaca khususnya diharapkan memberikan pengetahuan dalam menggunakan aplikasi *whatsapp* sebagai media dakwah.

E. KAJIAN PUSTAKA

1. Penelitian Terkait

Kajian pustaka ini untuk menghindari kesamaan dan untuk menghindari plagiasi dengan penelitian yang sejenisnya adalah:

Pertama, Hasil penelitian Skripsi yang ditulis oleh Bayu Chawarizmi, mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora pada tahun 2012. Penelitian tersebut berjudul *Blackberry Smartphone Sebagai Gaya Hidup (Studi Deskriptif Kualitatif Di Kalangan Komunitas BIGREDS Yogyakarta)*. Skripsi ini membahas tentang pengaruh perkembangan media sosial, yang hasil Skripsinya adalah bahwa dengan Blackberry atau BB kita tidak direpotkan untuk mengakses informasi karena BB mudah untuk dibawa kemanapun kita pergi. BB menjadi barang yang tak terpisahkan lagi dalam kehidupan sehari-hari bagi penggunanya Tetapi itu bisa jadi hal yang negatif bila digunakan secara berlebihan karena akan membuat para penggunanya menjadi ketergantungan persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh perkembangan media sosial dalam *smartphone*. Adapun perbedaannya adalah penelitian tersebut menggunakan penelitian deskriptif dengan metode analisis kualitatif sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan adalah menggunakan metode analisis kuantitatif.¹¹

¹¹ Bayu Chawarizmi, *Blackberry Smartphone Sebagai Gaya Hidup (Studi Deskriptif Kualitatif Di Kalangan Komunitas BIGREDS Yogyakarta)*, *Skripsi*, (Yogyakarta: jurusan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2012). Hlm. 9. Diambil dari <http://digilib.uin-suka.ac.id>. diakses tanggal 9 januari 2018. Jam 22.09.

Kedua, Hasil penelitian Skripsi yang ditulis oleh Ana Dwi Iryani, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika tahun 2013. Penelitian dengan judul skripsi Personal Branding Jokowi dalam Media (Analisis isi kuantitatif Personal Branding Jokowi dalam Harian Umum Solopos Periode Terbit Maret-Juli 2012). Dalam penelitian ini ingin mengetahui bagaimana kecenderungan Personal Branding Jokowi dalam penulisan berita dan berapa besar penulisan Personal Branding Jokowi pada Harian Umum Solopos periode terbit Maret-Juli 2012. Persamaan dari penelitian ini sama-sama membahas tentang adanya pembentukan Personal Branding yang dilakukan melalui media massa. Adapun perbedaannya tentu pada Metodologi penelitian yang dimana penulis mengambil metodologi penelitian kualitatif sedangkan Penelitian Ana Dwi Iryani menggunakan metode penelitian kuantitatif dan juga obyek penelitiannya pun berbeda.¹²

Ketiga, Hasil penelitian Skripsi yang ditulis oleh Erlina Setiyorini, mahasiswa Jurusan Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya tahun 2017. Dengan judul penelitian Web Dakwah: studi deskriptif situs resmi PCNU Kota Surabaya. Dalam penelitian ini ingin mengetahui deskripsi Web Dakwah situs resmi PCNU Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan Pernyataan pengumpulan data dan penemuan informan dengan menggunakan

¹²Ana Dwi Iryani, Personal Branding Jokowi dalam Media (Analisis isi kuantitatif Personal Branding Jokowi dalam Harian Umum Solopos Periode Terbit Maret-Juli 2012), *Skripsi*, (Surakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2013), hlm. 12. Diambil dari http://eprints.ums.ac.id.256761/15/naskah_publicasi.pdf, diakses tanggal 19 januari 2019 , jam 20.31 WIB.

Pendekatan Interpretatif. persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah sama-sama meneliti media dakwah. Adapun perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif studi deskriptif, sedangkan yang akan diteliti oleh penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif.¹³

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan merupakan suatu susunan atau urutan dari penulisan skripsi untuk memudahkan dalam memahami isi skripsi ini, maka dalam sistematika penulisan, penulis membagi lima bab.

Bab I Pendahuluan terdiri dari Latar Belakang Masalah, Definisi Operasional, Rumusan Masalah, Tujuan, Dan Manfaat Penelitian, Telaah Pustaka, Hipotesis, Dan Sistematika Penulisan.

Bab II Landasan teori, dalam penelitian ini landasan teori berisi tentang: 1. intensitas penggunaan *whatsapp* yang meliputi: pengertian, faktor dll dan 2. Media Dakwah

Bab III Metode penelitian, berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, Tempat Dan Waktu Penelitian, Populasi Dan Sampel.

Bab IV Hasil Penelitian Berupa 1) Gambaran Lokasi Penelitian, 2) Gambaran Umum Subyek, 3) Penyajian Data, 4) Analisis Data, dan

¹³Erlina Setiyorini, Web Dakwah: studi deskriptif situs resmi PCNU Kota Surabaya, *Skripsi*, (Surabaya: Jurusan Komunikasi UIN Sunan Ampel, 2017), hlm. 10, diambil dari <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/16828> . diakses pada tanggal 19 Januari 2019. Jam 19.45.

5) Pembahasan Tentang Intensitas Penggunaan Hp Android
Sebagai Media Dakwah.

Bab V Kesimpulan, Saran-Saran dan Kata Penutup.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data hasil penelitian baik melalui angket, wawancara dan dokumentasi, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Untuk memberikan gambaran seberapa sering responden dalam memposting materi tentang dakwah di whatsapp, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Materi Dakwah	Jumlah Pernyataan	Jumlah Skor	Rata-rata Skor	Intensitas	%
Aqidah	42	5140	122,3	Sedang	24
Akhlak	12	1660	138,3	Sangat sering	27
Syariah	6	789	131,5	Sering	26
Muamalah	12	1501	125	Sedang	24

Dari tabel diatas, prosentase materi dakwah akhlak memiliki prosentase paling tinggi, hal tersebut karena materi akhlak paling dekat dengan kehidupan manusia, tentang adab dan perilaku sehari-sehari.

Sehingga mudah dipahami dan dipraktikan dalam kehidupan sehari-sehari.

Namun demikian, berbeda dengan materi dakwah syariah. Materi dakwah syariah memiliki intensitas sering, karena materinya mengenai hukum-hukum. Tidak semua orang paham dan mengerti secara detail hukum-hukum dalam Islam. Sehingga materi syariah banyak diminati responden untuk diunggah.

Materi dakwah aqidah dan muamalah memiliki jumlah skor yang berbeda namun memiliki prosentase yang sama. Sehingga minat responden dalam memposting dan mendukung materi dakwah aqidah dan muamalah hampir sama.

2. Untuk mengetahui hasil pengolahan data tentang masing-masing skor intensitas penggunaan whatsapp sebagai media dakwah dengan kategori sangat sering, sering, sedang, dan jarang, penulis menggunakan rumus statistic deskriptif, yaitu rumus kuartil. Maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Intensitas	Skor	Frekuensi
Sangat Sering	137-147	19
Sering	128-136	18
Sedang	117-127	18
Jarang	99-116	17

B. Saran - saran

1. Mahasiswa

- a. Ada penelitian lanjutan yang membahas intensitas penggunaan *whatsapp* dengan objek yang berbeda dengan pembahasan lebih detail.
- b. Ada penelitian lanjutan yang membahas dengan lebih terperinci dan analisis data yang lebih mudah dipahami pembaca.

2. Orang Tua / Wali

Hendaknya orang tua atau wali memantau media sosial yang dimiliki anak-anaknya, khususnya *whatsapp* yang hampir setiap orang

mempunyai aplikasi tersebut, agar penggunaannya tidak berlebihan dan dapat memanfaatkan *whatsapp* dalam hal kebaikan.

3. Pendidik

Hendaknya para pendidik baik guru maupun dosen, dapat menghibau kepada muridnya agar penggunaan media komunikasi dibatasi pada saat mengikuti kegiatan belajar mengajar, sehingga pembelajaran di dalam kelas dapat berjalan dengan efektif.



DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Yazid. 2009. *Fiqh Muamalah*. Yogyakarta. Logung Pustaka.
- Ali, M. Daud. 2008. *Pendidikan Agama Islam*. Jakarta. Rajawali Press.
- Amin, Samsul Munir. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta. Amzah.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. Rinekam Cipta.
- Aziz, Moh. Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta. Kencana.
- Basit, Abdul. 2013. *Filsafat Dakwah*. Jakarta. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. PT. Rajagrafindo Persada.
- Chawarizmi, Bayu. 2012. Blackberry Smartphone Sebagai Gaya Hidup (Studi Deskriptif Kualitatif Di Kalangan Komunitas BIGREDS Yogyakarta). *Skripsi*. Yogyakarta: jurusan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga. Diambil dari <http://digilib.uin-suka.ac.id>, diakses tanggal 9 januari 2018, Jam 22.09.
- Fariyah, Irzum. 2013. Media Dakwah Pop. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. Volume 1, Nomor 2, ISSN: 2477-2046. Kudus: Fakultas Dakwah, STAIN Kudus. Diambil dari <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://journal.tainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/432/456>. Diakses tanggal 9 Januari 2018. Pukul 21.28.
- Henania dan Farlin. 2011. *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*. Jakarta. Grasindo.
- Hidayat, Nur. 2015 *Akidah Akhlak dan Pembelajarannya*. Yogyakarta: Penerbit Ombak,
- Ilahi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung. Rosdakrya.
- Iryani, Ana Dwi. 2013. Personal Branding Jokowi dalam Media (Analisis isi kuantitatif Personal Branding Jokowi dalam Harian Umum Solopos Periode Terbit Maret-Juli 2012). *Skripsi*. Surakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Diambil dari http://eprints.ums.ac.id.256761/15/naskah_publicasi.pdf, diakses tanggal 19 januari 2019 , jam 20.31 WIB.
- Japarudin. Media Massa dan Dakwah. *Jurnal dakwah*. Vol. XIII, No. 1. Bengkulu: STAIN Bengkulu. Diambil dari: <https://media.neliti.com/media/publications/77984-ID-media-massa-dan-dakwah.pdf> , diakses tanggal 9 januari 2018, jam 21.28.

- Koentjaraningrat. 1990. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta. Djambata.
- Kusumohamidjojo, Budiono. *Filsafat Kebudayaan Proses Realisasi Manusia*. Yogyakarta. Jalasutra.
- Margareta, Shinta. 2013. Hubungan Pelaksanaan Sistem Kearsipan Dengan Efektivitas Pengambilan Keputusan Pimpinan : Study deskriptif analisis kuantitatif di Sub Bagian Kepegawaian dan Umum Lingkungan Kantor Dinas Pendidikan Provinsi. *Skripsi*. Bandung: jurusan administrasi pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia. Diambil dari <http://repository.upi.edu/1605/> . diakses tanggal 8 febuari 2019.
- Mujieb, Abdul. 2000. *Kamus Istilah Fiqih*. Jakarta. Pustaka Firdaus.
- Mulyana, Desy. 2010. *Ilmu Komuikasi Suatu Pengantar*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Munir, M. 2009. *Metode Dakwah*. Jakarta. Kencana
- Rakhmat, Jalaludin. 2000. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung. PT Rosdakarya.
- Rismana, Aida. 2016. Pengaruh Jejaring Sosial Terhadap Motivasi Belajar Siswa Siswi Sekolah Menengah Pertama Di Kecamatan Banjarmasin Barat. *Jurnal Pendidikan Geografi*. Volume 3, No. 5, ISSN: 2356-5225. Banjarmasin: FKIP Universitas Lambung Mangkurat. Diambil dari: <http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jpg/article/view/2299>. diakses 26 Maret 2019. Jam 10.20 WIB.
- Saputra, Wahidin. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta. PT. Rajagrofindo Persada.
- Setiyorini, Erlina. 2017. Web Dakwah: studi deskriptif situs resmi PCNU Kota Surabaya. *Skripsi*. Surabaya: Jurusan Komunikasi UIN Sunan Ampel. Diambil dari <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/16828> . diakses pada tanggal 19 Januari 2019. Jam 19.45.
- Sobur, Alex. 2014. *Ensiklopedia Komunikasi: J-O*. Bandung. Rosdakarya.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung. Alfabeta.
- Sulihati dan Andriyani. 2016. Aplikasi Akademik Online Berbasis Mobile Android. *Jurnal Sains dan Teknologi Utama*. Volume XI, Nomor 1. Jakarta Selatan. Diambil dari:http://www.daringtridarmauniversitastamajagakarsa.ac.id/wpcontent/uploads/2016/12/2_andriani . Diakses tanggal 4 Januari 2018, jam 16.05.
- Suryadi, Edi. Dkk. 2018. Penggunaan Sosial Media Whatsapp Dan Pengaruhnya Terhadap Disiplin Belajar Peserta Didik Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Pendidikan Islam*. Vol. 07

No.1. Bogor. Diambil dari:
<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/komunika/article/download/1227/92>. diakses tanggal 26 juni 2019, pukul 13.37.

Syukur, Asmuni. 1983. *Dasar-dasar Strategi Islam*. Surabaya Al-Ikhlash.

Trisnani. 2017. Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Dan Kepuasan Dalam Penyampaian Pesan Dikalangan Tokoh Masyarakat. *Jurnal Komunikasi: Media dan Informatika*. Volume 6, No. 3. Sidoarjo: BPPKI. Diambil dari <http://jurnal.Kominfo.go.id/komunika/article/1227/>. Diakses 27 maret 2019, pukul 10.30.

Yusuf, Yunan. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana

Zainudin. 2004. *Al Islam 1: Aqidah dan Ibadah*. Jakarta. Pusaka Setia.

